



Tendencias del Mercado Alemán



**Inteligencia
Turística**

Tendencias mercado alemán



Forma de viajar

Tendencia a buscar lugares más seguros. Mayor tendencia a priorizar productos y destinos sostenibles. Mayor tendencia hacia la utilización de Redes Sociales



Mensajes prioritarios

1. Calidad sobre precio

2. Sostenibilidad del destino



Flujos turísticos

Hacia España: Creciente

Hacia Costa del Sol: Creciente



Principales ciudades emisoras próximos tres años

Múnich, Stuttgart-Colonia, Hamburgo

Tendencias mercado alemán



Estimación de porcentaje de reservas de alojamiento

- On line 60 %
- Oficinas TTOO/AAVV 40 %



Principales turoperadores

1. TUI Deutschland
2. DER Touristik
3. Condor

Principales turoperadores emergentes

1. Pequeños turoperadores sin agencias físicas que actúan como asesores personales de viajes, desplazándose a las viviendas de las familias que reclaman sus servicios

Estrategias a desarrollar para el segmento de lujo (Alianza con Virtuoso, Traveller Made, ...)

1. Servicios exclusivos
2. No urbanizado ni masificado
3. Ofrecer productos marítimos (yates), gastronómicos y de naturaleza de alta calidad



Posicionamiento/Imagen de la marca lujo España / Costa del Sol

España

1. Baleares
2. Barcelona / Madrid

Costa del Sol

1. Puerto Banús
2. Marbella



Tendencias mercado alemán



Segmentos turísticos de interés



- Familia y Playa plus
- Turismo activo: senderismo
- Interior
- Lujo

Estrategias a desarrollar



1. Apuesta por productos de calidad

2. Apuesta por la Sostenibilidad

Acciones de marketing turístico



1. Fam Trips
2. Asistencia a ferias especializadas de Turismo activo
3. Acuerdos de co-marketing

Tendencias mercado alemán



Posibles acciones a desarrollar en el Plan de Acción de 2022

- Presentaciones turísticas en origen del destino (Frankfurt)
- Realización de Fam Frips con agencias emisoras de ciudades medias
- Acciones de promoción con intermediarios con premios de estancia en la Costa del Sol, con golf o rutas por el interior
- Ofrecer la posibilidad de teletrabajar en la Costa del Sol en invierno, existiendo las tecnologías punta y con movilidad asegurada a través del aeropuerto de Málaga

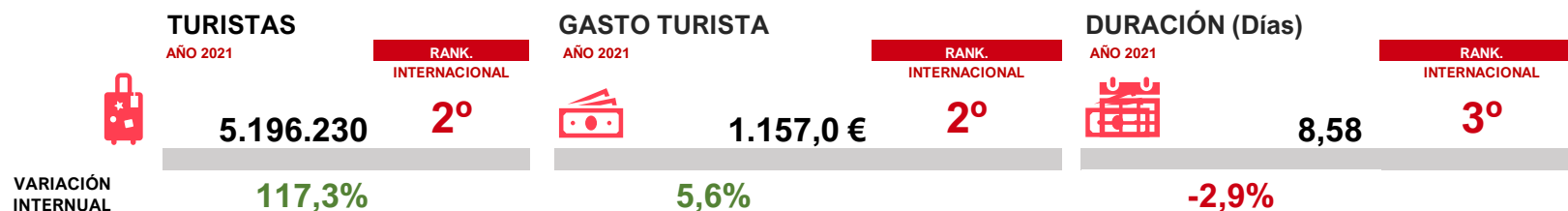
Principales cifras **mercado alemán**



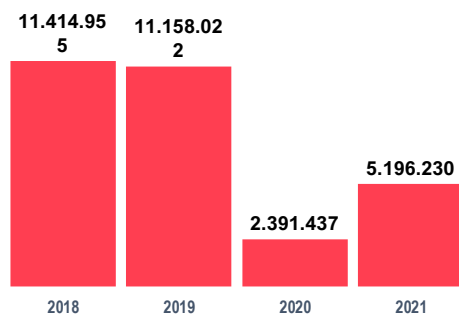
Año 2021

PRINCIPALES CIFRAS TURÍSTICAS EN ESPAÑA

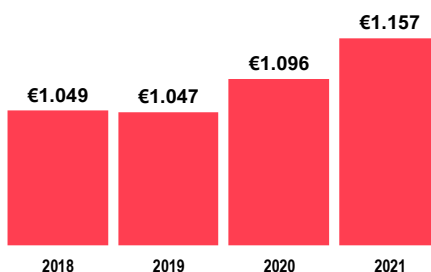
VOLUMEN DE **TURISTAS, GASTO Y ESTANCIA MEDIA**



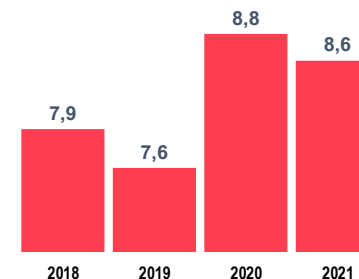
TURISTAS



GASTO TURISTA



DURACIÓN (Días)



Principales cifras **mercado alemán**



INDICADORES TURÍSTICOS EN **HOTELES Y APARTAMENTOS EN ESPAÑA**

CIFRAS AEROPUERTO

VIAJEROS

2021. Enero-Diciembre



3.410.513

RANK.

MERCADOS

3°

PERNOCTACIONES

2021. Enero-Diciembre



21.103.599

RANK.

MERCADOS

2°

LLEGADAS AL AEROPUERTO

AÑO 2021



6.314.070

RANK.

MERCADOS

2°

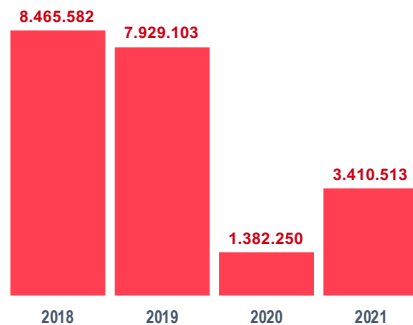
Variación Interanual

146,7%

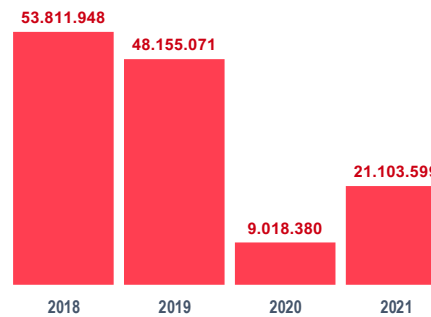
134,0%

96,4%

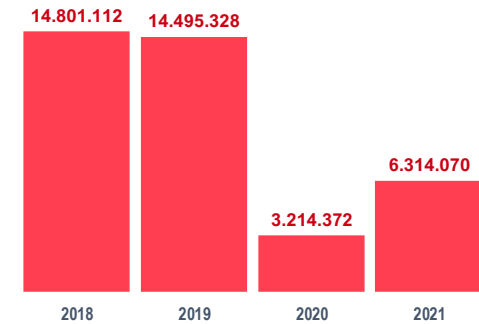
VIAJEROS



PERNOCTACIONES



LLEGADAS AL AEROPUERTO



Principales cifras **mercado alemán**



PRINCIPALES CIFRAS TURÍSTICAS EN MÁLAGA

INDICADORES TURÍSTICOS EN **HOTELES Y APARTAMENTOS**

CIFRAS **AEROPUERTO AGP**

VIAJEROS

2021. Enero-Diciembre



112.084

RANK.
MERCADOS

5°

PERNOCTACIONES

2021. Enero-Diciembre



499.292

RANK.
MERCADOS

5°

LLEGADAS AL AEROPUERTO

AÑO 2021



353.431

RANK.
MERCADOS

3°

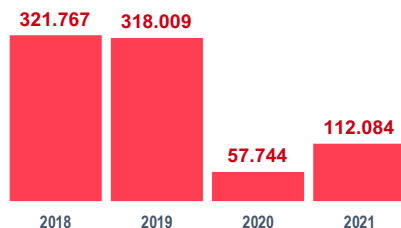
VARIACIÓN
INTERNUAL

94,1%

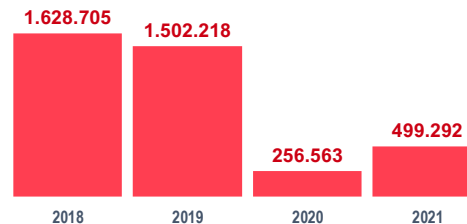
94,6%

87,6%

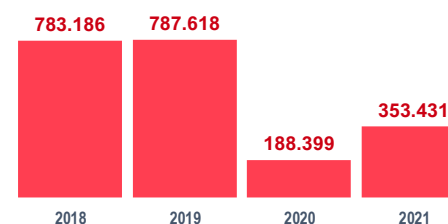
VIAJEROS



PERNOCTACIONES



LLEGADAS AL AEROPUERTO



COMPETITIVIDAD DE **PROVINCIA DE MÁLAGA**

LOS VIAJEROS PROCEDENTES DE
ALEMANIA

ALOJADOS EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA REPRESENTAN

39,7% DE ANDALUCIA

3,3% DE ESPAÑA

LAS PERNOCTACIONES DE LOS VIAJEROS DE

ALEMANIA

ALOJADOS EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA SUPONEN

41,8% DE ANDALUCIA

2,4% DE ESPAÑA

LAS LLEGADAS AL AEROPUERTO MÁLAGA

COSTA DEL SOL PROCEDENTES DE

ALEMANIA SUPONEN

77,0% DE ANDALUCIA

5,6% DE ESPAÑA